Cinque cartoline dallo star system

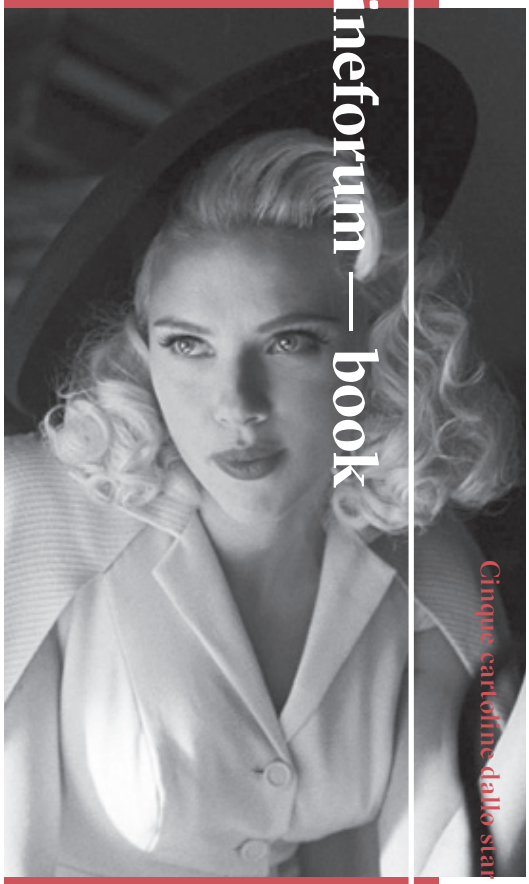
Scarlett Johansson: l'immagine e il segno
— Alberto Scandola

Leonardo DiCaprio: Storia di un predestinato (mai davvero amato)
— Giada Cipollone, Lorenzo Donghi

Joaquin Phoenix: ritratto di una maschera postmoderna
— Lorenzo Rossi

Attrice o diva? Julianne Moore
— Barbara Rossi

Note sulla carriera extracinematografica di James Franco
— Tommaso Isabella



Ave, Cesare!

Alberto Scandola

Scarlett Johansson: l'immagine e il segno

«I don't need to be skinny to be sexy». Tra le dichiarazioni attribuite a Scarlett Johansson, ex bambina prodigio e ora stella tra le più luminose nello stardom hollywoodiano, questa è forse quella che meglio di tutte riassume la modalità con cui l'attrice ha prima costruito e poi gestito la propria immagine divistica. Nell'era delle bellezze toniche, atletiche o androgine, la curvilinea ragazza newyorkese, eletta dieci anni fa ambasciatrice mondiale per Oxfam, appare una sorta di reincarnazione delle dive maggiorate degli anni Cinquanta, «ragazze formidabili, donne da togliere il fiato», ma tali da suscitare «un culto nel quale l'ammirazione prevale sulla venerazione» (1). Al pari di Rita Hayworth o Marilyn Monroe, infatti, Johansson non solo possiede ma anche rivendica *material markings* evocatori di una femminilità provocante e carnale, al contempo solare e *fatale*. «Con la sua figura a forma di clessidra e la sua seduttiva voce roca», ha scritto «The Independent» «Scarlett possiede l'inconfondibile aura delle bombe erotiche hollywoodiane» (2). Le labbra turgide, utilizzate da Dolce & Gabbana come testimonial per la linea Lipstick (2009), e le curve generose, esaltate sulle copertine di «GQ» o «Esquire», non hanno impedito però a questa giovane diva di «sorvolare la vita quotidiana a volo radente» (3).

Obiettivo della nostra analisi è evidenziare le modalità con cui (anche) questa star, in quanto dispositivo finalizzato alla produzione di senso, incarna sogni e desideri del suo pubblico configurandosi come segno intertestuale: che cosa significa Scarlett Johansson? In che modo il suo corpo viene utilizzato per vendere un prodotto? Come funziona la sua immagine divistica all'interno dei testi filmici? Sin dagli esordi in ruoli da protagonista, l'ex allieva della Professional Children's School si offre al contempo come fantasma erotico dell'immaginario maschile e modello di comportamento per le coetanee. Si pensi a *Lost in Translation – L'amore tradotto* (*Lost in Translation*, 2003) di Sofia Coppola e in particolare alla sequenza del karaoke: per lenire il senso di vuoto generato dalla solitudine nelle notti insonni, Charlotte (Scarlett Johansson) indossa una parrucca rosa e si lancia in una cover dei Pretenders, *Brass in My Pocket*, le cui parole riflettono *in abisso* l'autocoscienza stellare della diva: «I gonna make you see nobody else here, no one like me. I'm special, so special». Al pari di Charlotte, Scarlett Johansson infatti «ha talento, è formosa e fa regolarmente i test per le mst. Esiste un modello migliore per le teenager?» (4).

Il 2005 è l'anno della svolta. Grazie all'intuizione di Woody Allen, costretto a rinunciare all'ultimo momento a Kate Winslet per ruolo di Nola Rice, la sposina infelice di Sofia Coppola assurge, con *Match Point* (id.), allo statuto di sex symbol. Una dimensione, questa, di cui lo stesso personaggio, che condivide con l'interprete la professione di attrice, sembra perfettamente consapevole. «Well, I'm sexy», ammette Nola durante la conversazione con Chris Walton (Jonathan Rhys-Meyers) nel pub, prima di lasciare affiorare i ricordi d'infanzia dimostrando di aver bene appreso, presso l'Actors Studio, la tecnica della memoria emotiva. Gli occhi sono rivolti verso il basso, mentre le parole, articolate con voce non

(1) Edgar Morin, *I divi*, Mondadori, Milano 1963, pag. 33.

(2) Liz Hoggard, *Scarlett Johansson: Sex and the Maiden*, «The Independent», 15 ottobre 2006 (http://www.independent.co.uk/news/people/profiles/scarlett-johansson-sex-and-the-maiden-6230947.html).

(3) Edgar Morin, *I divi*, cit., pag. 32.

(4) Liz Hoggard, *Scarlett Johansson: Sex and the Maiden*, cit.

timbrata, sono interrotte da sottogesti, come quello di sorseggiare il drink, che restituiscono la verità dell'emozione: sembra di rivedere la Marilyn di *Gli spostati* (*The Misfits*, 1961) di John Huston. Quando Chris le chiede se ella è a conoscenza dell'effetto che fa sugli uomini, Nola non risponde, perché questo già lo fa la sua interprete nelle interviste rilasciate alle *fan magazines* o alle riviste femminili. Se lo stardom hollywoodiano, suggerisce Christine Gledhill, è «industria del desiderio» (5), i divi chiamati a farne parte devono offrirsi come mediatori tra il sogno e la realtà e dunque «compensare le persone delle qualità che mancano loro nella vita» (6), incarnando valori minacciati dal Tempo e dalla Storia quali bellezza, freschezza, salute, ricchezza.

Da questo punto di vista, Scarlett Johansson si è rivelata uno dei casi più interessanti di *celebrity endorsement* nel paesaggio mediale contemporaneo. La sua carriera da testimonial, infatti, riflette quella "continuità nella differenza" che caratterizza la galleria dei personaggi interpretati, scelti spesso come occasione di sperimentazione e crescita artistica: si pensi al lavoro sulla voce in *Lei* (*Her*, 2013) di Spike Jonze o alla ricerca di azzeramento espressivo intrapresa nella preparazione del personaggio di *Under The Skin* (id., 2013) di Jonathan Glazer. La star, insegna Richard Dyer, è un segno ambiguo e mutevole, e i diversi brand della moda lo utilizzano ognuno in base alle proprie strategie di mercato, in modo tale da orientare il gusto del pubblico verso i rispettivi prodotti. Johansson, ad esempio, significa non solo una bellezza intesa come forma fisica (le scarpe da running Reebok), ma anche modelli di femminilità assolutamente distanti tra loro, come la femme fatale dagli occhi languidi (i cosmetici Dolce & Gabbana), la dama algida dalle forme Art déco (le borse Louis Vuitton) o la ragazza *urban style* spregiudicata e sbarazzina (Mango). Il principio della "continuità nella differenza" contraddistingue anche la modalità di gestione dell'immagine pubblica in contesti quali i *red carpet*, gli eventi di beneficienza o i *photocall*. Basta osservare, negli archivi di uno dei tanti *fansite* (7), alcune immagini della sua *hairstyles gallery* per rendersi conto di come la diva abbia cercato continuamente di rinnovare il proprio look, quasi a voler sfuggire a quell'iconizzazione che invece ha caratterizzato l'immagine di Marilyn, costretta a reiterare, dentro e fuori lo schermo, la maschera *half-opened mouth* e *half-opened eyes* plasmata dalla Fox.

La carica erotica di Scarlett Johansson ha attratto nel 2011 i creativi di Moët & Chandon, dal 1793 produttore di uno champagne che evoca miti – la gioia di vivere e la *grandeur* – incarnati anche dalla nostra attrice. Moët & Chandon non chiede alla star di recitare una parte e nemmeno di agire ma solo di posare, per poi sezionarne il corpo in frammenti anatomici (le gambe, il collo, le braccia) esemplari di una bellezza puramente plastica, sinuosa come il collo di una bottiglia di champagne e soffice come i palloncini bianchi che addobbano il castello scelto come location. I divi, si sa, sono solo merce simbolica, ma il montaggio analogico tra il sorriso di Johansson e la schiuma che fuoriesce dalle bottiglie ci dà la sensazione di poter *consumare* la star e conferisce al prodotto in questione una risonanza erotica alla quale è difficile resistere. Lo slogan fa il resto, invitando il cliente a condividere il piacere fisico simulato dall'attrice: «*Scarlett "in the Moët for sharing the magic"*». Sul set di questa campagna pubblicitaria, probabilmente, è successo quello che, secondo il fidanzato, è accaduto anche all'aspirante diva Nola Rice, ovvero: «Tutti gli occhi erano concentrati su di lei». Ma successo e bellezza sono valori sognati anche da Cristina (*Vicky Cristina Barcellona* [id., 2008] di Woody Allen), la quale

(5) Cfr. Christine Gledhill, a cura di, *Stardom. Industry of Desire*, Routledge, Londra/New York 1991.

(6) Richard Dyer, *Star*, Kaplan, Torino 2003, pag. 41.

(7) Cfr. http://www.scarlettjohansson.org

Vicky Cristina Barcelona

passa da un letto all'altro inseguendo il principio del piacere ma è pronta ad accettare – così almeno asserisce la voce narrante – «la sofferenza come inevitabile nella grande passione». Si osservi, nell'inquadratura dedicata alla presentazione di Cristina, la relazione dialettica che unisce parole (voce over) e immagine (primo piano), ovvero il ritratto "verbale" del personaggio e quello visivo. La bionda americana seduta in auto e «rassegnata a mettere a rischio i suoi sentimenti» ha il medesimo sguardo sognatore della ragazza che, stampata sui manifesti L'Oréal, invita ad acquistare la tintura per capelli perché «*The Passion for Blonde never Fades*».

Quello della verbalizzazione del fascino è da sempre un topos nella retorica della messa in scena del corpo divistico – si pensi in particolare alla Marilyn diretta da Howard Hawks (8) – e il fenomeno Johansson non fa eccezione. Anche quando la sua bellezza non è esaltata ma al contrario nascosta sotto la pelle del personaggio – penso alla giornalista svampita di *Scoop* (id., 2006) di Woody Allen –, la sceneggiatura prevede che il sex appeal venga almeno *detto*. Ecco spiegate le parole di incoraggiamento con cui l'amica incoraggia Sondra, timorosa di non riuscire più a sedurre il celebre Mike Tinsley oggetto del suo desiderio: «You know you're a very attractive and sexy girl».

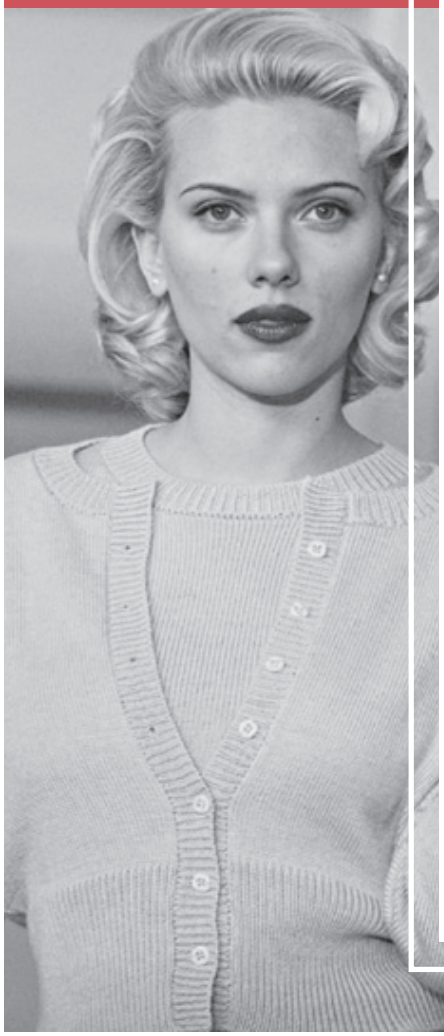
Sicura del suo potere *fatale* è invece la dark lady di *Black Dahlia* (*The Black Dahlia*, 2006) di Briam De Palma, introdotta dall'istanza narrante con un rapido travelling in avanti che non solo ci svela il volto del personaggio, inizialmente filmato di spalle, ma ci permette quasi di toccarlo. Più che un personaggio, in realtà, la torbida Kay Lake è la reincarnazione di Rita Hayworth e ancora una volta la natura stellare non è solo mostrata – si vedano il portamento, la pettinatura e il trucco – ma anche verbalizzata. Quando Kay interroga Dwight (Josh Hartnett), l'amico del compagno, circa la sua situazione sentimentale, questo risponde: «Mi tengo libero per Rita Hayworth». Quella della *dark lady*, seduttrice ambigua e inaffidabile, è una maschera che anche Christopher Nolan ha utilizzato nel suo *The Prestige* (id., 2006), offrendo a Johansson la parte di Olivia Wenscombe, l'ambigua assistente di Robert Angier (Hugh Jackman), a giudizio dell'attrice «uno dei ruoli migliori mai proposti». Difficile dire se sia davvero "il migliore".

Indubbiamente questo personaggio conferma la presenza di un topos che caratterizza quasi tutta la filmografia di quest'interprete, ovvero il connubio tra eros e sentimento o meglio l'accostamento, accanto all'immagine del sex symbol irraggiungibile, di tratti caratteriali e comportamentali che incarnano un modello di femminilità umana, anzi troppo umana.

Gli esempi sono molteplici: se l'algida Olivia cede alla passione per colui che avrebbe dovuto ingannare (*The Prestige*), l'aliena omicida di Jonathan Glazer (*Under The Skin*) resta vittima della pietà provata per una delle sue potenziali vittime, mentre la scontrosa sirena della Capitol Pictures (*Ave Cesare!* [*Hail Caesar*, 2016] di Joel e Ethan Coen), forse addolcita dallo stato di gravidanza, getta la maschera della star viziata per convolare a nozze con un timido impiegato della major. Ma nessuno di questi personaggi ha le responsabilità civili e soprattutto i poteri di due delle supereroine più *buone* del cinema contemporaneo, ovvero Vedova Nera (*The Avengers* [id., 2012] di Joss Whedon) e Lucy (*Lucy* [id., 2014] di Luc Besson). Le celebri curve esaltate da Woody Allen e De Palma

(8) Basti citare la celebre battuta che un piccolo milionario rivolge a Lorelei Lee (Marilyn Monroe) sulla nave di *Gli uomini preferiscono le bionde* (*Gentlemen Prefer Blondes*, 1953) di Howard Hawks: «You have a lot of animal magnetism».

The Black Dahlia



ora sono nascoste sotto una tuta nera (*The Avengers*) e un abbigliamento casual (*Lucy*) che aiutano l'attrice a esibire disinvoltura e verosimiglianza nelle scene d'azione. A differenza di Joss Whedon, Luc Besson, lavora molto sulla micromimica dell'inteprete per facilitare l'identificazione spettatoriale con Lucy, personaggio dal nome intriso di sfumature simboliche: il divo, nel senso etimologico del termine (*divus*), si compone propriamente di *luce*. Questo plot ha il merito di attivare delle interessanti dinamiche di scambio tra l'attrice e il personaggio: se la scimmia Lucy era "la prima donna della storia", Lucy/Scarlett incarna una sorta di "fantadonna", o meglio la prima donna di una nuova era dell'umanità, quella in cui l'uomo sarà in grado di sfruttare completamente le potenzialità del proprio cervello. La sfida, per l'attrice, consiste nel passare senza soluzione di continuità da un'estrema mobilità a un'assoluta fissità espressiva, sino a trascendere le dimensioni stesse dello spazio e del tempo e raggiungere, sotto forma di voce acusmatica, l'ubiquità. Proprio come una dea dell'Olimpo.

«La diva», scriveva Morin «è profondamente buona e questa bontà filmistica deve manifestarsi anche nella sua vita privata» (9). Il privato di Scarlett Johansson, in realtà, si caratterizza non tanto per l'espressione di un particolare sentimento di "bontà", quanto per una "straordinaria ordinarietà" di usi e costumi. Al pari delle sue fan – e dei comuni mortali – Johansson infatti si sposa, divorzia, si innamora e, come attestano gli scatti dei paparazzi, passeggia per la città con la figlia in braccio: tatuaggi e selfie *hot* non hanno per nulla scalfito la freschezza e l'innocenza della sua sensualità. Alla *normalità* di questo modello, al contempo stellare e terreno, deve aver pensato Joseph Gordon-Levitt quando ha scritto – appositamente per Johansson – il personaggio di Barbara Sugarman, la conturbante ragazza della porta accanto che seduce il pornodipendente di *Don Jon* (id., 2013). Come migliaia di sue coetanee, Barbara ha un profilo Facebook ricco di "amici", fa l'amore solo per amore e adora i film romantici, ma la retorica dell'apparizione scelta dal regista è quella che di norma spetta a una superstar. La sequenza del primo rendez-vous tra Barbara e Jon evidenzia in modo evidente le modalità di funzionamento del segno divistico all'interno del testo filmico. Il ragazzo è seduto al tavolino del ristorante, quando all'improvviso uno stacco musicale extradiegetico "annuncia" l'arrivo del personaggio/diva, che, connotato di glamour dal *ralenti*, avanza verso la cinepresa con la camminata sicura e lo sguardo altero di una top model. Scarlett però, lo abbiamo visto, non è una top model, ma una ragazza che piace proprio perché appare un modello raggiungibile, facile da imitare: i jeans slavati, le forme arrotondate, la gomma da masticare e la Diet Coke appartengono al vissuto quotidiano del pubblico femminile, mentre gli spettatori maschili si identificano nel personaggio di Jon perché sognano un destino simile al suo. «Non credi che possa renderti felice se voglio farlo?», dice Barbara al futuro fidanzato, il quale non può che verbalizzare per l'ennesima volta l'irresistibile fascino di questo sex symbol: «Tu sei la cosa più bella che abbia mai visto in tutta la mia vita». Più bella delle pornostar che popolano il suo immaginario erotico, probabilmente; sicuramente più vera. Ed è per questo che la relazione con Jon fallisce, perché, attraverso la mediazione dell'attrice, che offre una convincente prova di *underacting* (10), la star si rivela non il feticcio di un piacere autoerotico, ma un segno intertestuale e soprattutto un corpo reale: la discesa della diva tra i mortali è definitivamente completata.

Lucy

(9) Edgar Morin, *I divi*, cit, pag. 50.

(10) «L'*underacting* hollywoodiano non consiste assolutamente nel non fare nulla, ma al contrario si configura come una sintesi di azione e ritenzione, finalizzata sia a favorire la relazione tra attore e personaggio, sia a preservare l'idiosincrasia della star» (Jacqueline Nacache, *L'attore cinematografico*, Negretto Editore, Mantova 2012, pag. 123).